

**УДК 657.62**

**Олександр НАДВИНИЧНИЙ**

## **АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ ВІКОННИХ ПРОФІЛІВ: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА**

**Резюме.** Розглянуто підходи до визначення специфіки прояву діагностичної функції економічного аналізу для основних видів діяльності суб'єкта господарювання з метою подолання неоднозначності в її трактуванні. Удосконалено практичні основи реалізації діагностичної функції економічного аналізу в частині аналізу маркетингової діяльності підприємств-виробників віконних профілів для підвищення її ефективності за несприятливих ринкових умов. Вітчизняний полівінілхлорид профіль (ПВХ) орієнтується на вартість імпортової продукції, оскільки імпорт займає велику частину на ринку України. Таким чином, динаміка цін внутрішніх виробників відповідає динаміці цін на імпорт. Варто відзначити, що вартість ПВХ-профілю вітчизняного виробництва в 2011 році істотно не змінювалася, не дивлячись на подорожчання імпортного профілю в другому кварталі. Це пов'язано з тим, що вітчизняні виробники реалізовували складські залишки.

**Ключові слова:** аналіз маркетингової діяльності, будівельний ринок України, маркетингове оцінювання ПВХ-профілів в Україні, прогноз цін ПВХ-профілів, експорт-імпорт ПВХ-профілів.

**Oleksandr NADVYNCHNYI**

## **ANALYSIS OF THE MARKETING ACTIVITIES OF THE WINDOWS MANUFACTURERS: ORGANIZATION AND METHODOLOGY**

**Summary.** The theoretical and methodical approaches concerning the determination of the specificity of the diagnostic function of the economic analysis manifestation for the basic types of the business entities activities with the aim of overcoming the ambiguity of its interpretation are developed. The practical bases of the diagnostic function of the economic analysis realization are improved in the part of the window profiles manufactures' marketing activities analysis for the increase of its efficiency under unfavourable market conditions. The domestic PVC-profile focuses on the cost of the imported products as imports a large part of the market of Ukraine. Thus, the dynamics of the domestic manufactures' prices corresponds to the dynamics of import prices. It should be noted that the value of the PVC-profile produced domestically did not change substantially in 2011 despite the rise in import profile price in the second quarter. This is due to the fact that domestic manufacturers have sold the profiles remaining in warehouses. The reasons of disparity of the state of the economic analysis to the modern business conditions are considered. One of the basic reasons is the absence of the proper scientific support of the economic reforms in Ukraine both from the positions of the scientific theory and actual practice according to the functional science, including the target purpose of the economic analysis. First of all, this concerns the questions of effective analysis of the individual business entities activities as, in most cases, both the evaluation of the government economic policy efficiency and the justification of the managerial decisions depends on it.

**Key words:** marketing activities analysis, construction market of Ukraine, marketing evaluation of the PVC-profiles in Ukraine, PVC-profiles prices forecast, export-import of the PVC-profiles.

**Постановка проблеми.** Розвиток українського ринку полівінілхлоридних (ПВХ) профілів відбувається в маркетинговому середовищі, яке формується в умовах трансформації національної економіки. Аналізувати особливості й тенденції ринку формування і розвитку необхідно з урахуванням логічного ланцюжка «будівництво – виготовлення віконних конструкцій – виробництво ПВХ-профілю».

Будівельний ринок України в даний момент знаходиться в підвищеному стані. З одного боку, уряд країни вживає заходи для того, щоб будівництво відновило своє зростання, а з іншого боку, недовіра з боку населення до забудовників і банків, недостатній рівень ліквідності банківської системи, а також припинення кредитування будівельних компаній призвели до того, що багато проектів взагалі «заморожено».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам невідповідності стану економічного аналізу сучасним умовам господарювання, їх причинам та потребі розвитку

присвятили свою увагу такі дослідники: М.І. Баканов, А.Д. Шеремет [1], Ф.Ф. Бутинець [2], З.М. Зав'ялова, В.В. Ковальов, Л.І. Кравченко [3], І.Д. Лазаришина [4; 5], Є.В. Мних [6], Н.А. Русак, Г.В. Савицька [7], Н.В. Тарасенко [8], І.Д. Фаріон, М.Г. Чумаченко [9], Л.Н. Чечевіцина.

Розглянемо причини невідповідності стану економічного аналізу сучасним умовам господарювання. Однією з основних причин, як вказує проф. Є.В. Мних [6, с. 55], стала відсутність належного наукового забезпечення економічного реформування в Україні як з позицій наукової теорії, так і реальної практики за функціональними науками, в т.ч. і за цільовим призначенням економічного аналізу. Це стосується, насамперед, питань ефективного аналізу діяльності окремих суб'єктів господарювання, оскільки саме від цього, у більшості випадків, залежить як оцінка ефективності проведеної державою економічної політики, так і обґрунтованість та виправданість прийнятих управлінських рішень. Також до причин невідповідності стану економічного аналізу сучасним умовам господарювання слід віднести: нівелювання напрацювань учених радянського періоду, скорочення навчальних програм з курсу «Економічний аналіз» у вищій школі, дефіцит високопрофесійних спеціалістів-аналітиків, відсутність комплексного підходу до дослідження внутрішнього та зовнішнього середовищ функціонування підприємств, невідповідність організаційно-методичного забезпечення економічного аналізу, часткове використання можливостей комп'ютерної техніки та програмного забезпечення в процесі здійснення економічного аналізу.

**Метою статті** є обґрунтування теоретико-методичних та організаційних засад здійснення економічного аналізу маркетингової діяльності підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** На ринку металопластикових вікон справжня криза. За 2011 рік кількість продажів вікон з металопластику істотно зменшилася – на піку кризи люди витрачають набагато менше грошей. Ті, у кого була можливість і бажання поміняти старі вікна на нові вже встигли зробити це. А тим, кому це було недоступно до того, як у країні виникла складна економічна ситуація, тепер і не намагаються щось робити. До всього цього, банки змінили свої умови кредитування, в яких немає місця дешевим або безпроцентним кредитам.

І при цьому в другому кварталі 2011 р. на ринку віконного профілю з ПВХ настало пожвавлення, викликане, по-перше, сезонним підвищенням попиту, по-друге – стабілізацією загальної економічної ситуації. Водночас, у цей період посилилася тенденція диференціації обсягів продажів як постачальників, так і переробників профільних систем: у когось продажі досягли рівня 2010 р. (або навіть перевищили його), а хтось як і раніше констатував спад.

Істотне подорожчання імпортних ПВХ-профілів призведе до поступового заміщення імпоротної продукції вітчизняною. Вітчизняний ринок ПВХ-профілів не став винятком із загальної ситуації – тут, як і на інших ринках будматеріалів, спостерігається падіння обсягів продажів. Оператори ринку стверджують, що в I кварталі 2011 р., в порівнянні з аналогічним періодом 2010 р., обсяги продажів ПВХ-профілів скоротилися більш ніж в два рази.

У той же час, не всі виробники зазнають труднощі під час кризи. Так ряд підприємств по виробництву ПВХ-профілів продовжували нарощувати свої потужності в 2011 році.

Обсяги виробництва й імпорту ПВХ-профілів у 2011 році значно скоротилися в порівнянні з 2010 роком. Падіння ринку за наслідками року склало понад 50 %. Імпортні постачання ПВХ-С за підсумками першого півріччя 2011 року скоротилися на 51 % порівняно з аналогічним періодом минулого року і досягли позначки 29.1 тис. тонн. У поточному році українські компанії переорієнтовувалися на закупівлю європейської смоли.

Експерти пояснюють спад імпорту такими чинниками:

1. Зменшення ємності віконного ринку унаслідок падіння виробництва.

2. Відкриття найбільшими німецькими концернами VEKA і profine заводів в Україні, що викликало скорочення обсягів їх імпорту.

3. Зростання частки ринку, займаної українськими виробниками

Динаміка вартості вікон з ПВХ на ринку України схильна до впливу як ситуації на зовнішньому ринку ПВХ-профілів, так і внутрішньої кон'юнктури. Вартість ПВХ профілю вітчизняного виробництва в 2011 році істотно не змінювалася, не дивлячись на подорожчання ПВХ-С у середині літа. Враховуючи укр. низьке завантаження власних потужностей, виробники не можуть піти на адекватне збільшення вартості профілю, істотно знижуючи таким чином рентабельність виробництва.

У червні 2011 р. обсяги постачань ПВХ до України знизилися на 13,5 %. Зниження обсягів постачань смоли на внутрішній ринок, а також (до деякої міри) штучно створений ажіотаж викликали різке зростання цін на внутрішньому ринку. Окремі профілісти відмовилися від послуг торгових компаній і порахували вигіднішим для себе перейти на прямі контракти з виробниками ПВХ.

Обсяги імпортних постачань профілю ПВХ в Україні в 2010 – 2011 роках складали понад 100 тисяч тонн в рік. У 2011 році у зв'язку із загальним зростанням рівня доходу населення, а також зважаючи на ухвалення закону про підтримку населення в установці металопластикових конструкцій з метою теплозбереження, різко зріс попит на металопластикові вікна і профілі. Всі ці чинники викликали стрімке збільшення обсягів імпорту, і за підсумками 2011 року цей показник склав 171 тисяч тонн або 318 млн. дол. ПВХ профіль на ринок України в 2010 році поставляли більше 1000 підприємств, у 2011 році ця кількість скоротилася удвічі.

На території України на даний момент працює близько 150 ліній екструзій з виробництва ПВХ-профілю (у перерахунку на однопроменеві лінії). Сукупна потужність такого устаткування, за нашими оцінками, складає близько 16,5 тис. т/місяць або 200 тис. т у рік.

Обсяги експортних постачань профілю ПВХ з України стрімко збільшувалися в 2010 – 2011 рр., враховуючи нарощування виробничих потужностей вітчизняних підприємств. У 2010 році Україна експортувала максимальну кількість профілю – понад 5 тис. тонн. Скорочення обсягів експорту до 1,6 тисячі тонн за підсумками 2011 року пояснюється, перш за все, фінансовою кризою і зниженням ємності ринку країн СНД. Крім того, істотно посилюється конкуренція з китайською продукцією.

Стан українського ринку віконного ПВХ-профілю залежить від багатьох світових і економічних чинників і досить складно дати точний прогноз, тому аналітики дають 2 вірогідні сценарії розвитку подій:

Перший – за умови збереження стабільного курсу гривні й подальшого падіння обсягів будівельного ринку на 20 % обсягів продажів ПВХ-профілів скоротяться ще на 30 – 40 %.

Другий – якщо курс гривні залишиться плаваючим, а будівельний ринок зупинить падіння, як прогнозують в Міністерстві регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, профілювальники також почнуть відновлення, і перевага буде у внутрішніх виробників, оскільки їх ціни зафіксовані в гривні. Інакше кажучи, ринок ПВХ-профілів може зупинити падіння на позначці 2010 – 2011 років.

Як відзначають експерти, найсильніше криза ударить по позиціях імпортерів. Надалі продовжиться зменшення їх ринкової частки в Україні. І, можливо, в 2013 – 2015 роках виробництво профілю в Україні перевищить імпорт. Основна причина – курс долара і євро відносно гривні зміцнився, тому імпортувати товар з-за кордону стає малоприбутковою справою, також основні зарубіжні гравці вже винесли або виносять виробництво до України і їм це вигідно. Високий відсоток імпорту зберігся за рахунок профілю високої якості

(німецького, наприклад), що ввозиться, який поки що не виробляють в Україні, а також профілю з Китаю, основною перевагою якого є низька ціна.

У 2013 році очікується підвищення цін на металопластикові вікна приблизно на 10 – 20 %, оскільки зросли ціни на ПВХ-С, сировина для виробництва вікон, і ціни були максимально знижені для реалізації в кризовий час. Можливий факт скорочення обсягів виробництва вікон.

При розробленні прогнозу вартості ПВХ-С на ринку України в 2013 – 2017 рр. ми використовували факторний аналіз ринку нафти і нафтопродуктів, прогнози відновлення світової економіки, історичні значення цін на світовому і внутрішньому ринках, а також думку експертів ринку. Індикативна вартість ПВХ-С у 2013 – 2017 роках буде зростати діапазоні від 925 – 1 001 у 2013 році до 1 258 – 1 334 USD/mt у 2017 (DAF межа України).

При розробленні прогнозу вартості ПВХ-профілю на ринку України в 2013 – 2017 рр. ми враховували як ситуацію на ринку віконних конструкцій в Україні, так і розрахункову собівартість профілю. Зокрема, врахований прогноз ринку ПВХ-С на цей період, а також перспективи розвитку вітчизняного виробництва ПВХ-профілю. Індикативна вартість ПВХ в 2013 – 2017 роках буде рости в діапазоні від 1 894-2 050 в 2013 році до 2 575-2 653 USD/mt в 2017(DAF межа України).

У 2011 році на території України ПВХ-профіль для виробництва віконних конструкцій випускали на 16 підприємствах. Не дивлячись на кризу, на початку 2011 року про запуск заводу в Запоріжжі оголосило ТОВ «Профайн Україна», представник європейського International Profile Group (німецька марка KBE), а також виробництво в Україні освоїла компанія Wintech PS GMBH (представник в Україні – ТОВ «Маядо») (табл. 1).

Таблиця 1

## Основні виробники ПВХ профілів в Україні

Table 1

## Main PVC profiles manufacturers in Ukraine

Виробник	Торгова марка	Розташування	Кіл. ліній з виробн. профілю	Макс. виробн. т/місяць
ТОВ «ТД Надія»	Eco Plast	Харків, Рівне	33	
ТОВ «ЕФ-ПЛАСТ»	EF-PLAST	Сімферополь	24	
ТОВ «МІРОПЛАСТ»	WDS	Дніпропетровськ	15	1700
ТОВ «Євротехпласт»	WINBAU	Харків	9	1500
ТОВ «ГЛОБАРТ»	Openteck	Каховка	9	
ТОВ «Вента Україна»	VENTA	Дніпропетровськ	7	1000
ТОВ «АЛЮПЛАСТ УКРАЇНА»	ALUPLAST	м. Бровари, Київська обл.	6	750
ТОВ «Облторгсервіс»	Brilliant	Чернівці	6	
ТОВ «Бест Пласт»	ALM-plast	Броварський р-н, Київська обл.	5	
ТОВ «Кеннер-Україна»	KENNER	Львівська обл.	4	2500
ТОВ «Риф»	РИФ	Харків	4	
ТОВ «Марвей»	МАРВЕЙ	Маріуполь	4	700
ТОВ «Лекс»	LGC	Луганськ	3	
ТОВ «Магнетик»	ALMAZ	Харків	2	
СП «ГЕВІС»	GEVIS	Краматорськ	2	
ТОВ «Уніпласт»	Framex	Макіївка	2	
ТОВ «Маядо»*	Wintech	Київська обл.	4	
ТОВ «Профайн Україна»*	KBE	Запоріжжя	3	

*\* – виробництво запущене в 2011 році.*

Відзначимо, що у вказаному переліку враховані тільки виробники віконного профілю з ПВХ. На ринку також широко представлені заводи зі складання металопластикових вікон з готового профілю, які поки не мають у своєму розпорядженні виробничих потужностей з виготовлення власних профілів ПВХ і часто використовують імпортні матеріали.

Всього на території України на даний момент працює близько 150 ліній екструзій з виробництва ПВХ-профілю (у перерахунку на однопроменеві лінії). Сукупна потужність такого устаткування, за нашими оцінками, складає близько 16,5 тис. т/місяць або 200 тис. т у рік.

Оцінюючи обсяг ПВХ-профілю, виробленого в Україні, слід враховувати, що більшість компаній освоїли виробництво ПВХ профілю відносно недавно – 2 – 3 роки тому. Серед них і українські компанії-імпортери, які вирішили виробляти власний профіль, а також представники іноземних компаній, які відкрили заводи з виробництва профілю відомих європейських марок для зниження собівартості кінцевої продукції. Відповідно, завантаження потужностей на багатьох підприємствах поки істотно нижче планових.

У 2010 році обсяг продажів вітчизняного профілю ПВХ збільшився, в першу чергу, за рахунок двох могутніх вітчизняних виробників, МІРОПЛАСТ і EF-plast, яким вдалося потіснити на ринку постачальників з Туреччини і Південно-Східної Азії.

У 2011 році вітчизняні компанії продовжили нарощувати виробництво. Проте стагнація будівельного ринку на початку року, а також фінансова криза, підірвали плани виробників подвоїти продажі продукції власного виробництва. У результаті, за рік було реалізовано всього 35 – 38 тис. т профілю з ПВХ, що сумарно з показниками 2009 року. У грошовому виразі ця цифра складає 400,5 млн. грн.

У 2011 році ситуація на ринку ПВХ профілів кардинально змінилася, що змусило багато заводів зупинити виробництво (зокрема один з наймогутніших в Україні – ЕФ-ПЛАСТ). Тому висновок про обсяги виробництва ПВХ-профілю на території України в 2011 році ми робили на підставі даних про обсяги збуту, а також враховуючи імпорт ПВХ-С до України (рис. 1).

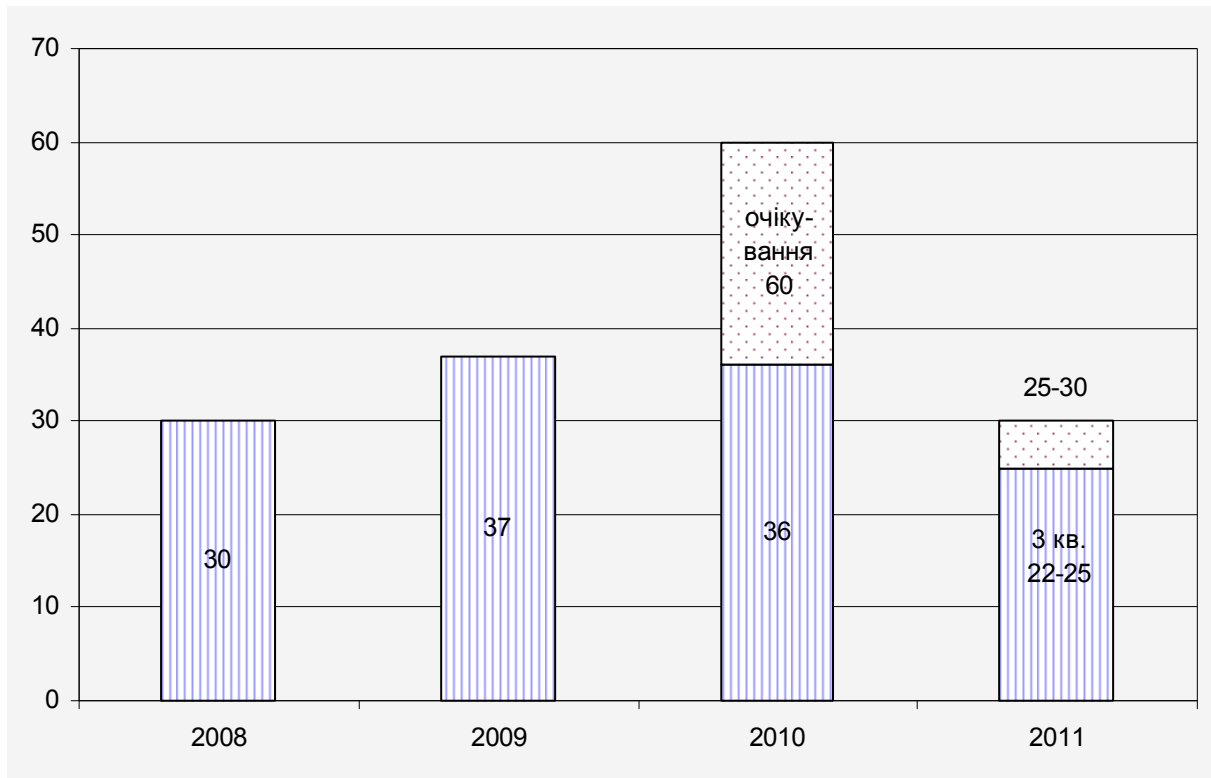


Рисунок 1. Обсяг виробництва ПВХ профілів в Україні, тис. т

Figure 1. The volume of production of the PVC profiles in Ukraine, thousand tons

Відповідно до цих даних, обсяг ПВХ-профілю, виробленого в Україні за 3 кв. 2011 року, складає близько 20 – 25 тис. т, що приблизно на 35 % нижче за аналогічний показник минулого року. При цьому імпорт ПВХ-С до України за січень – жовтень знизився на 34 % (до 65.21 тис. т) у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. На це вплинуло як зниження продажів віконних конструкцій із-за кризи, так і літнє подорожчання ПВХ-С. Враховуючи сезонний чинник, багато переробників скоротили рівень завантаження потужностей в 4 кв. 2011 року з метою мінімізувати складські запаси готових виробів. У грудні багато хто з них запланував зупинки потужностей з переробки ПВХ для проведення профілактичних робіт. Відповідно, обсяг виробництва ПВХ профілю в 2012 році не зможе перевищити показника 2011 року і складе в межах 25 – 30 тис. т.

Якщо зіставити обсяги виробництва в Україні з максимальною сукупною продуктивністю вітчизняних підприємств екструзій, виявиться, що в середньому потужності заводів завантажені всього на 20 %. Зважаючи на повільне відновлення ринку найближчими роками, напрашується висновок про надмірну кількість виробників ПВХ-профілю на території нашої країни.

Для порівняння: на ринку Німеччини, країни з населенням 80 млн. чол., оперують 10 підприємств, що виготовляють ПВХ-профіль, а в Україні на 45 млн. населення налічується 18 виробників профілю.

На наш погляд, у недалекому майбутньому ця кількість повинна скоротитися. На території України працюють абсолютно різні підприємства екструзій, що відрізняються не тільки своїми потужностями, але й культурою виробництва, філософією ведення бізнесу, маркетинговою стратегією. Вже сьогодні ряд українських підприємств опинилися на межі виживання.

У той же час, не всі виробники зазнають труднощі під час кризи. Ряд підприємств продовжували нарощувати свої потужності в 2011 році.

ГЛОБАРТ (ТМ Opentech), Каховка. Почав рік з 4 лініями екструзій, навесні поставив ще 5 екструдерів. Устаткування й інструменти завезені з Китаю. В даний час вже 9 ліній працюють, і за нашими даними, жодних проблем із збутом своєї продукції ГЛОБАРТ не має.

МАЯДО (ТМ Wintech), Київська обл. Завод почав роботу взимку, запустивши 5 ліній екструзій, 4 з яких випускають віконний профіль. Крім того, в липні було поставлено ще 7 ліній, зараз час проводиться монтаж устаткування. До кінця року планується постачання ще 4 екструдерів. За нашими даними, останні два місяці завод працює на повну потужність.

МІРОПЛАСТ (ТМ WDS), Дніпропетровськ. До тих, що були на початку року 14 ліній, цей виробник додав 15-у і також не має проблем із завантаженням своїх потужностей.

ЄВРОФАСАД (ТМ EF-Plast, GPS, Brokelman, Koning, Axiom), Сімферополь. А цей виробник опинився в непростій ситуації. 10 з наявних 24-х ліній екструзій до цих пір не працюють – причини з'ясовують фахівці GREINER. На початку другого кварталу ЄВРОФАСАД відмовився від використання дорогих європейських компонентів суміші екструзії: крейди Отуа, модифікатора удароміцності Rohm&Haas і стабілізатора Chempson, перейшовши на дешевші аналоги. Мабуть, глобальне зниження цін на початку року похвалило збут продукції ЄВРОФАСАДУ, але фатально відобразилося на прибутковості бізнесу. Втім, недавнє зростання цін на профіль може стати добрим приводом не тільки компенсувати вартість ПВХ, що подорожчав, але й відкоригувати власну цінову політику.

Ринок віконного ПВХ-профілю в 2011 році в Україні, за попередніми розрахунками, скоротився понад 50 % і склав 80 – 90 тисяч т. Нині можна стверджувати, що кризу вже рік усі учасники віконного ринку відчують на собі. Експерти вважають, що на цьому вона для галузі не закінчилася.

Найбільше падіння попиту відбулося в будівельному секторі, який скоротився на 43 %. За прогнозами Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України показників 2010 року за обсягами будівництва Україна досягне не раніше 2013 – 2014 років. У 2013 році варто чекати трохи більшої кількості нових квадратних метрів, ніж цього. За попередніми даними в 2011 році в експлуатацію було введено 3 млн. 700 тис. кв.м житла.

За прогнозами аналітиків, зниження платоспроможності населення і збільшення ставок кредитування стануть причинами уповільнення процесу розвитку віконного ринку, що, у свою чергу, спричинить уповільнення розвитку ринку ПВХ-профілю.

Вважати, що криза закінчиться в 2012 році, не варто. На думку аналітиків, 2013 рік буде не менш складним, аніж попередній. Для деяких компаній він стане складнішим, оскільки в 2010 році у зв'язку зі зростанням ринку були накопичені деякі грошові кошти, а в 2011-му у зв'язку з падінням споживчого попиту і зниженням рентабельності бізнесу багато компаній залишилися без «подушки безпеки». Також це призведе до підвищення конкуренції між підприємствами. Прогнозується орієнтування на укрупнення ринку і продовження тенденції 2011 року до скорочення числа компаній, що працюють у цьому середовищі.

Перебуваючи у такому становищі, компанії-виробники металопластикових вікон прагнутимуть зменшити можливі втрати, приділяючи більше уваги рівню обслуговування клієнтів, збільшенню потужностей виробництва і використанню нових підходів в технології продажів. І тоді на ринку зможуть утриматися тільки ті організації, які будуть здатні запропонувати клієнтам великий асортимент продукції, високі якості і сервіс, можливість придбати вікна в кредит.

Проте є й позитивні сторони, одною з яких є оздоровлення віконного виробництва. Не витримавши конкуренції, ринок покинуть непрофесійні компанії, що пропонують неякісні послуги. Ось чому виробники насамперед прагнуть зберегти бізнес, а не розвивати його.

Аналітики прогнозують довготривалу кризу, і ніхто не знає, що буде з компаніями віконного ринку у випадку, якщо в умовах скорочення обсягів продажів вони будуть не в змозі покрити поточні витрати.

При розробленні прогнозу вартості ПВХ-С на ринку України в 2013 – 2017 рр., ми використовували факторний аналіз ринку нафти і нафтопродуктів, прогнози відновлення світової економіки, історичні значення цін на світовому і внутрішньому ринках, а також думку експертів ринку. Варто відзначити, що прогнозний горизонт терміном 5 років для країн, що розвиваються, до яких відноситься й Україна, є достатньо великим. Відповідно, прогнозні значення останніх періодів можуть істотно відрізнятися від фактичних даних.

Прогноз індикативної вартості ПВХ-С на ринку України наведено в табл. 2.

Таблиця 2

**Прогнозні ціни на ПВХ-С на умовах DAF (межа Україна)/ EXW, USD/mt**

Table 2

**Forecasted prices for the PVC-C on the DAF terms (boundary of Ukraine) / EXW, USD/mt**

Місяць/Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Січень	662	925	1008	1091	1175	1258
Лютий	639	932	1015	1098	1181	1265
Березень	658	939	1022	1105	1188	1272
Квітень	679	946	1029	1112	1195	1278
Травень	697	953	1036	1119	1202	1285
Червень	807	960	1043	1126	1209	1292
Липень	874	967	1050	1133	1216	1299
Серпень	1075	974	1057	1140	1223	1306
Вересень	1093	981	1064	1147	1230	1313
Жовтень	980	988	1071	1154	1237	1320
Листопад	935	994	1078	1161	1244	1327
Грудень	905	1001	1085	1168	1251	1334
<b>Середн. знач. за рік</b>	<b>834</b>	<b>963</b>	<b>1046</b>	<b>1130</b>	<b>1213</b>	<b>1296</b>

При розробленні прогнозу вартості ПВХ-профілю на ринку України в 2013 – 2018 рр., ми враховували як ситуацію на ринку віконних конструкцій в Україні, а так і розрахункову собівартість профілю. Зокрема, врахований прогноз ринку ПВХ-С на цей період, а також перспективи розвитку вітчизняного виробництва ПВХ-профілю.

Вітчизняний ПВХ-профіль орієнтується на вартість імпортової продукції, оскільки імпорт займає велику частину на ринку України. Таким чином, динаміка цін внутрішніх виробників відповідає динаміці цін на імпорт. Варто відзначити, що вартість ПВХ-профілю вітчизняного виробництва в 2011 році істотно не змінювалася, не дивлячись на подорожчання імпортного профілю в другому кварталі. Це пов'язано з тим, що вітчизняні виробники реалізовували складські залишки.

Прогноз індикативної вартості ПВХ-профілю на ринку України наведено в табл. 3.

Таблиця 3

**Прогнозні ціни ПВХ-профілю на умовах DAF (межа Україна)/ EXW, USD/mt**

Table 3

**Forecasted prices for the PVC on the DAF terms (boundary of Ukraine) / EXW, USD/mt**



Місяць/Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Січень	2106	1894	2064	2234	2405	2575
Лютий	1866	1908	2078	2249	2419	2589
Березень	1678	1922	2093	2263	2433	2603
Квітень	1973	1937	2107	2277	2447	2617
Травень	2187	1951	2121	2291	2461	2631
Червень	2152	1965	2135	2305	2475	2646
Липень	2144	1979	2149	2319	2490	2660
Серпень	2218	1993	2164	2334	2504	2674
Вересень	2237	2010	2178	2348	2518	2688
Жовтень	2008	2022	2192	2362	2532	2702
Листопад	1914	2036	2206	2376	2546	2716
Грудень	1853	2050	2220	2390	2560	2731
<b>Середн. знач. за рік</b>	<b>2028</b>	<b>1972</b>	<b>2142</b>	<b>2312</b>	<b>2483</b>	<b>2653</b>

**Висновки.** Однією з причин нездатності суб'єктів господарювання України адаптуватися до умов рецесії є незадовільний стан здійснення економічного аналізу їх господарської діяльності. Для обґрунтування переваг комплексної реалізації функцій економічного аналізу визначено рівні їх реалізації: глобальний, макроекономічний, галузевий, мікроекономічний. Розглянуто підходи до визначення специфіки прояву діагностичної функції економічного аналізу для основних видів діяльності суб'єкта господарювання з метою подолання неоднозначності в її трактуванні.

Потреба у формуванні теоретичної бази для проведення практичних досліджень у сфері економічного аналізу в цілому та аналізу маркетингової діяльності зокрема спонукає до дослідження реалізації діагностичної функції в економічному аналізі видів діяльності підприємств. Удосконалено практичні основи реалізації діагностичної функції економічного аналізу в частині аналізу маркетингової діяльності підприємств-виробників віконних профілів для підвищення її ефективності за несприятливих ринкових умов.

**Conclusions.** One of the reasons of the inability of businesses in Ukraine to adapt to the conditions of the recession is the unsatisfactory economic analysis of their business activities. To justify the advantages of the comprehensive realization of the economic analysis functions the levels of their implementation are determined: global, macroeconomic, sectoral and microeconomic ones. The theoretical and methodical approaches concerning the determination of the specificity of the diagnostic function of the economic analysis manifestation for the basic types of the business entities activities with the aim of overcoming the ambiguity of its interpretation are developed.

The need for the formation of the theoretical framework for undertaking practical researches in the field of economic analysis in general and for marketing activities analysis in particular encourages the study of the diagnostic function realization in the economic analysis of the enterprises activities. The practical bases of the diagnostic function of the economic analysis realization are improved in the part of the window profiles manufactures' marketing activities analysis with the aim of its efficiency increase under unfavourable market conditions.

### Використана література

1. Баканов, М.И. Теория экономического анализа: учебник. – 4-е изд., доп. и перераб. [Текст] / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 416 с.
2. Бутинець, Ф.Ф. Бухгалтерський облік в Україні. Частина 2. [Текст] / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ЖДТУ, 2003. – 524 с.
3. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятий общественного питания: учебн.-практ. пособие [Текст] / Л.И. Кравченко. – Мн.: ООО "ФУАинформ", 2003. – 288 с.

4. Лазаришина, І.Д. Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика: монографія [Текст] / І.Д. Лазаришина. – Рівне: НУВГП, 2005. – 369 с.
5. Лазаришина, І.Д. Функціональні можливості методу економічного аналізу [Текст] / І.Д. Лазаришина // Вісник національного університету “Львівська політехніка”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2007. – № 577. – С. 202 – 206
6. Мних, Є. Сучасний економічний аналіз: питання методології та організації [Текст] / Є. Мних // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 1. – С. 55 – 61.
7. Савицька, Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: учебн. пособие [Текст] / Г.В. Савицька. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 288 с.
8. Тарасенко, Н.В. Економічний аналіз: навчальний посібник. – 3-тє видання, перероб. і доп. [Текст] / Н.В. Тарасенко. – Львів: “Новий світ – 2000”. – 2004. – 344 с.
9. Чумаченко, М. Проблеми розвитку економічного аналізу діяльності підприємства: збірник тез IV міжнародної науково-практичної конференції «Теорія і практика економічного аналізу: сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку» [Текст] / М. Чумаченко. – Тернопіль. – Економічна думка, 2006. – С. 33 – 43.